

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi pada saat sekarang ini dengan teknologi yang semakin canggih dan perdagangan internasional yang sudah masuk ke negara-negara berkembang, banyak orang yang beranggapan bahwa semakin sulit untuk memasuki dunia bisnis yang mengalami banyak perubahan dan persaingan yang sangat ketat.

Pemikiran pemasaran pada awalnya adalah berhubungan dengan penjualan produk. Tetapi di lihat dari suatu trend utama di Amerika Serikat, industri jasa merupakan industri yang mengalami pertumbuhan pesat. Pekerjaan jasa tidak hanya meliputi orang-orang yang bekerja pada industri jasa saja (hotel, penerbangan, bank dan sebagainya), tetapi juga orang-orang yang melaksanakan jasa pelayanan dalam industri yang dasarnya adalah produk barang (seperti staf kesehatan, salon, pelatih dan sebagainya). Menghadapi kondisi seperti ini, banyak sekali orang yang mencoba untuk terjun langsung ke dunia usaha jasa dengan berbagai macam implementasi strategi pemasaran yang di lakukan.

Salah satu sektor jasa yang dapat di lakukan oleh masyarakat adalah usaha jasa salon kecantikan. Usaha jasa salon kecantikan di Bandung adalah sarana yang menunjang kebutuhan penampilan seseorang, selain itu juga untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup (*life style*). Berkembangnya usaha jasa salon di Bandung

menyebabkan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam mempertahankan dan menarik konsumen.

Pelayanan terhadap konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam tingkat kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas konsumen yang akhirnya dapat memenangkan persaingan.

Salon kecantikan Stefanny berlokasi di jalan Peta no. 242 Bandung. Salon Stefanny menyediakan jasa pelayanan kecantikan wajah, rambut, dan tubuh. Di samping itu Salon Stefanny juga menjual berbagai macam produk salon.

Untuk meminimalisasi mutu pelayanan yang kurang baik, maka manajemen Salon Stefanny berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap konsumen sehingga kepuasan pelanggan tercapai.. Jika hal ini tercapai maka pelaksanaan pelayanan terhadap konsumen merupakan suatu sarana yang dirasakan sangat penting mengingat konsumen yang merasa puas akan memberikan informasi kepada konsumen lainnya yang dapat menarik konsumen baru. Dengan mengetahui pentingnya peranan pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen, maka perlu untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Salon Stefanny, Bandung**".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka masalah yang di identifikasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung?

2. Bagaimana kepuasan konsumen pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung.
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa Salon Stefanny, Bandung.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan, diantaranya yaitu:

1. Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa masukan, saran dan evaluasi atas aktivitas perusahaan.

2. Penulis

Dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan memperdalam pemahaman tentang konsep-konsep serta teori-teori mengenai masalah

yang diteliti serta bagaimana menerapkan berbagai teori yang telah diberikan di bangku perkuliahan dan memadukannya dengan kenyataan di lapangan.

3. Pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran dan sebagai referensi yang diharapkan, sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami dunia pemasaran.

1.5. Lingkup Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada kualitas pelayanan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Lima dimensi pokok kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).